移动互联网时代传统媒体如何突破发展

摘　要：本文以一个传统媒体从业者的角度分析了当前传统媒体发展面临的现状与挑战，并对传统媒体如何进行突破给出了几点看法

关键词：广播电视；传统媒体；新媒体
中图分类号：G2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）04-100-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.04.039

文 / 吴建涛

前言

2000 年以来，以互联网为代表的新技术经过爆炸式的发展，已经把人们带到信息与数据的时代，人们获取内容的方式也发生了翻天覆地的变化，促使了一大批如网站、微博、微信、直播、短视频、自媒体等新网络媒体的出现。广播电视作为发展了近百年的传统媒体，由于技术、体制与政策多方面原因，始终没有与互联网技术同步发展，时至今日，无论是影响力、覆盖面，还是经济效益较之以前都出现大幅下滑。

1. 传统媒体与新媒体的发展现状对比

传统媒体的这种衰落并不是中国独有现象，世界各国的广播电视和报刊杂志等传统媒体都面临着新媒体冲击，陷入市场日益萎缩、观众日益减少、影响日益衰退的艰难局面。例如，拥有 150 多年历史的《纽约时报》2010 年就停止发行纸质版，其他美国主流大报如《基督教科学箴言报》《华盛顿邮报》也跟着停止发行；香港的亚视、华娱卫视两个频道也于 2016 年先后停止运营，内地一些电视频道如深圳法制频道、九江文娱频道、天津时代频道等也陆续出现关停的现象。毫无疑问，传统媒体行业的寒冬来了，只是有的能随大势变化，逐渐转型与新媒体融合，迎来第二春的新发展，有的仍墨守陈规，毫无突破，逐渐被市场和观众淘汰。

根据广电总局 2017 年的统计数据，中国有 4000 多家电视台，24000 多个频道，基本覆盖全国 13 亿人口。根据专业市场调查机构北京美兰德发布的《2017 年第 19 届中国电视覆盖及收视状况调研成果》可以看出，电视广播这一传统媒体仍面临很大挑战，主要表现在以下几个方面：

（1）中国有线数字电视用户规模仍然最大，但用户比例已经连续两年下滑，2017 年跌破 60%，直播卫星数字电视用户相对稳定，而背靠电信运营商的 IPTV 与具有互联网基因的 OTT TV 用户数量呈明显上升趋势，面对来自电信运营商的压力和网络新媒体的冲击，有线数字电视亟需在激烈竞争中寻求转型发。卫星电视频道覆盖规模再创新高，高清频道成为新的覆盖增长点。

（2）新媒体形态不断丰富和分化，各类新媒体以多种形式抢占丰富的生活应用场景，传统媒体面临的竞争环境愈加严峻。虽然在全国电视人口对各类媒体接触率中，电视媒体仍以 97% 接触率排名第一，但以手机、Pad 等移动终端为代表的移动媒体接触率已迅猛增长至 73.2%，排名第二。可以预见，若以现在的形势继续发展，互联网移动媒体超越电视媒体并不是遥远的事。

（3）网络视频用户黏性增强，付费用户增多，网络直播行为日益普遍并与社交媒体结合，成为年轻观众的主要视频内容来源。

（4）用户即时消费习惯不断强化，手机端购物人数连年递增，2017 年电脑购物用户规模较上年再减少 2600 万人，电视端购物用户规模数量最少，相对稳定。

总体来看，虽然电视媒体覆盖人数仍是最高，受众对电视媒体接触率也是最高，但平均收看时长也不断缩减。而反观互联网媒体，2017 年中国移动互联网用户规模达 7.68 亿，其中网络视频用户就达 6.57 亿人，互联用用户平均接触媒体时长为 348 分钟，其中，用于接触报纸杂志、电视广播等传统媒体内容的时长为 90 分钟，约占四分之一，其余四分之三时间是花在社交应用、视频网站、博客论坛和终端游戏等新媒体方面。2017 年，中国互联网媒体广告收入首次超过电视、电台、报纸和杂志等四类传统媒体广告收入之和，传统广告跌幅达到 7.2%。

2. 传统媒体如何进行突破发展

在当前形势下，传统媒体如何尽快融入新媒体的平台，转型发展，赢得新生，将多种现代化元素与媒体创新模式融合起来是非常重要的。毫无疑问，当今以手机为代表的移动互联网终端是人们获取资讯和进行社会功能的主要平台。随着互联网技术的进一步发展，移动互联网用户规模必定会进一步扩大，终端平台的内容会更加丰富，能进行的社会功能会更加多样与完善，用户对手机等终端的依赖会更高。在流量与数据为王的互联网

时代，用户就是最高贵的资源，谁拥有更多的用户就代表谁拥有更多的市场，传统媒体必须想法争取更多的用户，想法在用户的手机终端里占据一个固定的位置，想法提高和维持对用户的黏性度，要做到这些至少需要从技术、政策、内容等三方面得到创新与支持。

3. 传统媒体的技术手段需要与时俱进

技术是媒体传播的基础媒介，广电传统媒体不能只着眼于广播电视技术，更需要广阔的视野来认识和接受最新的互联网新媒体技术。比如，移动物联网时代，需要如何在人群的移动终端占有一席之地，一个最直接的办法就是开发各个系统平台的应用 APP，不局限于手机版，还可开发 pad 版，电视 TV 版等，并集合广电媒体所有的传媒内容，如电视台下的各个频道，电台各个广播频道，报业各种报纸与杂志，甚至可以开设在电视平台上看不到的网络自媒体频道，用于播放创新性的视频节目。用户在打开 APP 应用后，就可以实时看到各个频道节目，电台广播等内容资讯。以现有的移动 4G 网络技术，在手机终端接收高清无延时的视频声音节目完全没有问题。这样人们在碎片化时间或闲暇时间，都可以在线实时收看画质优良的电视广播节目，极大地拓展了传统媒体的覆盖人群和时间，真正将电视台和电台融入到手机等终端中，搭上网络新媒体的发展快车。另外，在硬件技术方面，高清节目的社会需求量越来越高，需要对节目制作设备从信号源到发射终端整个链路的硬件设备更新改造，以提高传输质量，适应高清内容大流量的传输要求。

4. 加大政策方面监管制度

网络新媒体的传播和覆盖离不开移动互联网的技术支持，而中国目前的移动互联网流量费用收费还比较高，各大网络运营商的话费套餐中虽都有免费流量，但整体流量数较低，可以满足基本的上网需求，但想长时间在线看高清视频显然不够，而想让用户付高额流量费来收看电视节目又不符合实际消费习惯，因此，这必将限制广电以视频内容为主 APP 的推广和覆盖。这就需要传统媒体与网络运行商进行协商沟通，寻求合作，寻求定向免费流量，凡是用户在手机等移动终端使用所产生的网络流量都不计费，这样就能让用户可以无顾虑、畅快使用，实时收看各电视频道和广播。当然，网络运营商不会舍弃当中产生的商业利益，只要广电媒体在 APP 上吸引到一定用户规模和黏性度，并产生了一定盈利模式，还是有很大机会与运营商协调利益分配。这将是一个艰难的博弈过程，不仅需要传统媒体在更高层面与网络运营商协调、商讨，也需要政府政策的支持和促进，让传统媒体在网络资源及互联网应用这方面能够无障碍地发展。另外，在内容发展方面也需要更多的政府扶持。

5. 创新突破节目内容

创新是一切活力的源泉。用移动终端收看实时电视节目流量免费，这种模式可以极大地吸引用户，但最终能把用户留住，保持用户黏性度和活跃度的关键还是节目的内容。网络新媒体的出现，不仅是信息传播的方式新，节目内容也是不断创新，不仅有各类视频网站的自创网络电视剧、电影、综艺节目、真人秀等，还有个人或团体自己制作的小视频、微电影、各种类型的直播，形成了人人都可以发布内容的自媒体时代。因此，广电等传统媒体要赢得用户最终还是得靠制作优良、价值主流、符合当下大部分人群品味和喜爱的节目内容。这需要从领导层到策划人、编导、主持人等创作团队强化创新思维，才能产生新的内容。可以看到，近些年一些卫视频道，如东方卫视，北京卫视，浙江卫视等一直紧跟网络热点，策划出了一批非常受广大观众喜欢的王牌节目，也播出了许多由网络小说改编、拥有相当网民读者的电视剧；虽然纸质版销量在下滑，但很早就开发了自己的电子版杂志 APP 登入各大系统平台，以往期免费、当期收费的模式吸引了很多用户，并慢慢培养用户的收费习惯，取得了很好的转型。还有一些传统的视频网站，如优酷，搜狐视频和腾讯视频等也投资制作了许多独家平台播出的网络电视剧、电影，获得的播放量与点击量均以亿计，推出的会员模式也逐渐被中国的网民所接受，付费看剧的消费习惯也在慢慢形成。

结论

广电等传统媒体，除了在技术上要紧跟移动互联网潮流外，最本质的节目内容也必须要大胆地创新开发和勇于尝试，不能再拘泥于只是播放新闻电视，或是买个国外的综艺节目重新包装的形式，而是要充分了解当前的网络热点与审美倾向，面向拥有丰富资讯渠道、眼界开阔、乐于尝鲜的网民。传统媒体一定要适应时代的发展，跟上先进技术的脚步，不能故步自封，放下身段，以互联网的思维去创新转型，才能获得新的发展和机遇。媒

参考文献

[1] 美兰德 · 中国电视覆盖与收视状况调查数据库 Source：2015−2017@CMMR Co.Ltd
[2] 刘玎璇 . 新媒体与传统媒体的形势碰撞与理论融合 [J]. 新媒体研究，2017（22）：60−62.

（作者单位：广东省中山中波转播台）